

Kundensegmentierung und Betrachtungen zur Wirtschaftlichkeit von Dorfläden mit personalfreien Öffnungszeiten



Überblick

1. Funktion des Dorfladens und Zielgruppen
2. Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs
3. Überblick über Machbarkeitsstudie zu Dorfläden 2.0
4. Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen
5. Fazit

1. Funktion des Dorfladens und Zielgruppen

- Nahversorgungsfunktion im ländlichen Raum
= Grundversorgung der Menschen mit Gütern des täglichen Bedarfs unter Einbeziehung der Komponente Entfernung
- nah = fußläufige Erreichbarkeit von 500 – 1000m
- in Sachsen-Anhalt im Durchschnitt bei 4km, im ländlichen Raum bei 5km



- Dorfläden sowohl mit Blick auf Warenangebot als auch auf Öffnungszeiten nicht mit größeren Anbietern in benachbarten Ortschaften konkurrenzfähig für mobile Kundschaft
- eine auf wenige Stunden an einzelnen Wochentagen beschränkte Öffnungszeit

Zielgruppendifferenzierung nach Alter/ Lebenssituation



Senior*innen, mit zunehmenden Alter mobilitätseingeschränkt



Menschen mit gesundheitlichen Einschränkungen



Junge (Familien), größtenteils mobil

Herstellung grundgesetzlich verbrieft gleicher Lebensverhältnisse
Beitrag zur Verbesserung der allgemeinen Barrierefreiheit sowie zur
Erhaltung von Eigenständigkeit und Kompetenz

2. Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs



- Sozialer Faktor



- Sozialer Faktor

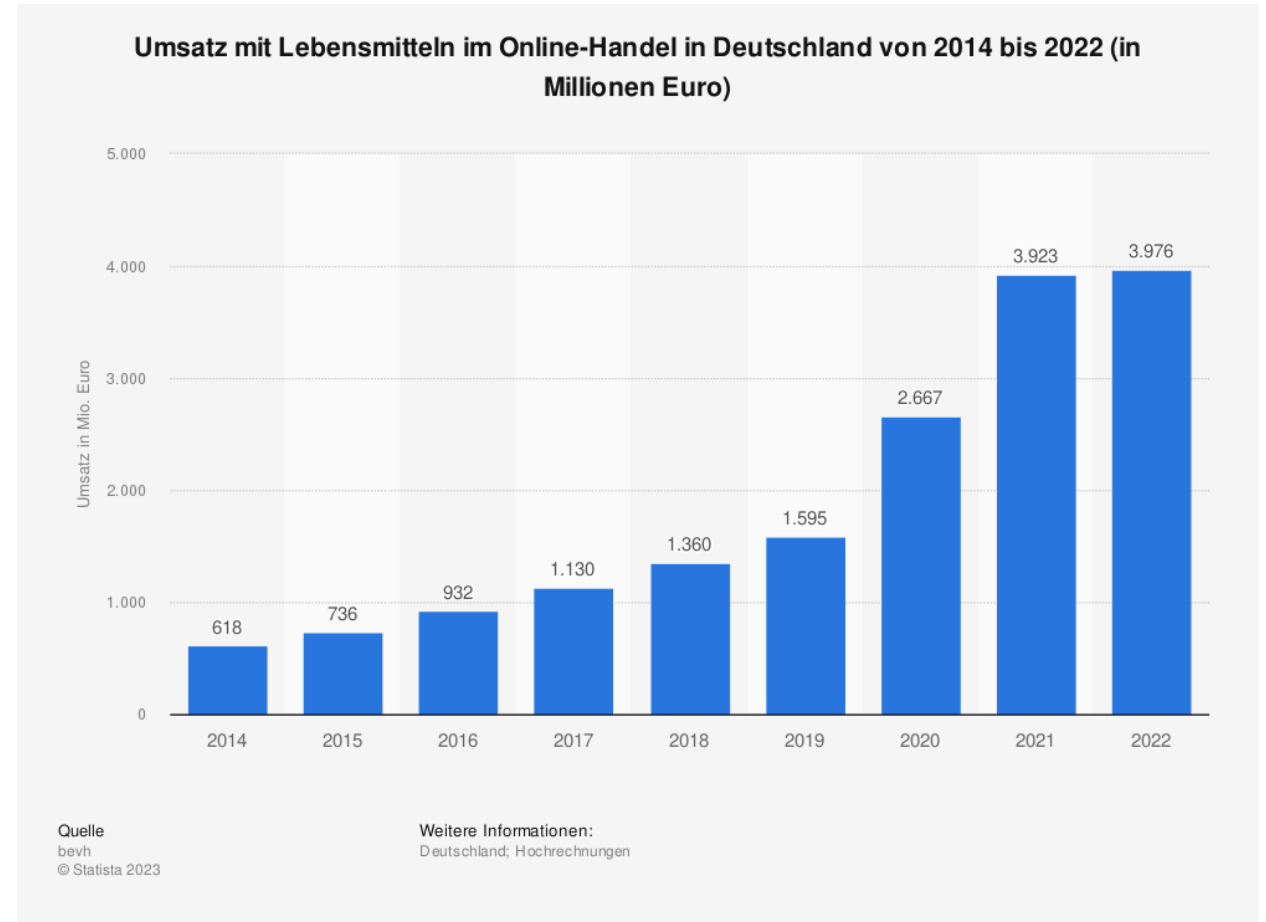


- gestiegene Anforderungen an Auswahl, Qualität und Preis
- E-Food als Konkurrenz zum stationären Handel

Megatrends Bio, Nachhaltigkeit, Regionalität, Fair Trade

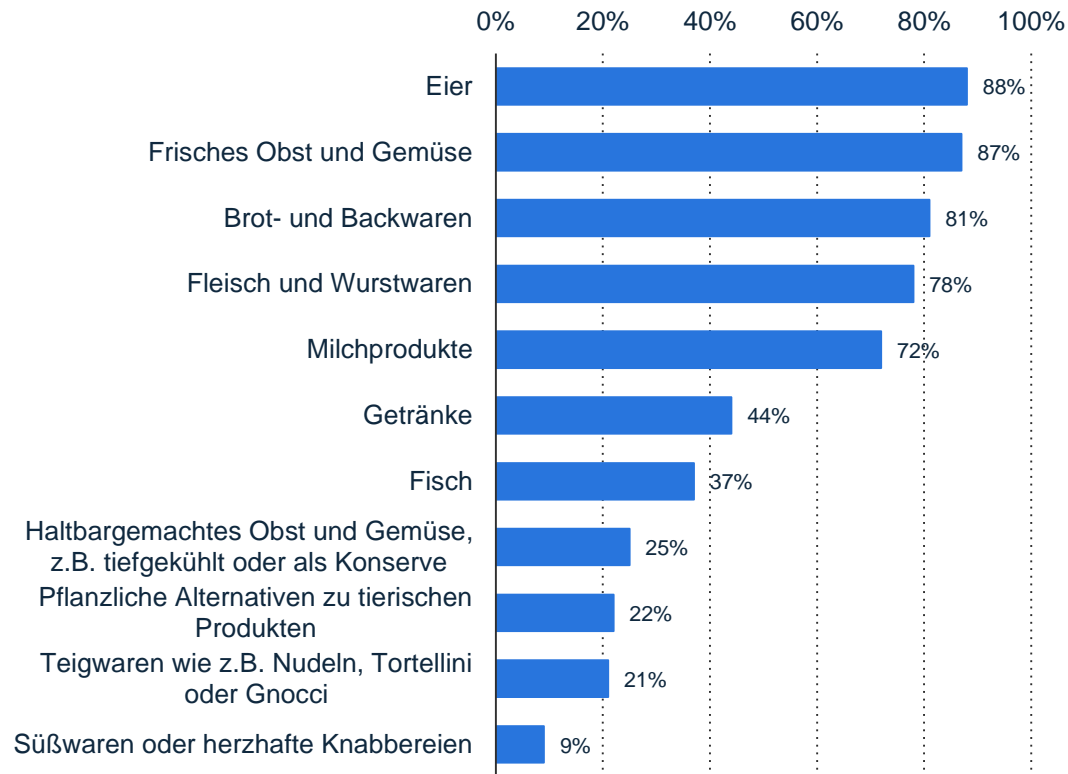
Onlinehandel als Konkurrenz zum stationären Handel

- Im Vergleich zu 2019
 - Zuwachs von 249% bei Lebensmitteln
- Technikaffinität auch in Zielgruppe der Senior*innen zunehmend
- Zeitfaktor gerade bei jungen Familien und Paaren (DINKS) von hoher Relevanz
 - Nachfragerlücke von Regionalität und zeitentkoppeltem Einkaufen schließen
 - personalfreie Dorfläden



Regionalität als kaufentscheidender Faktor

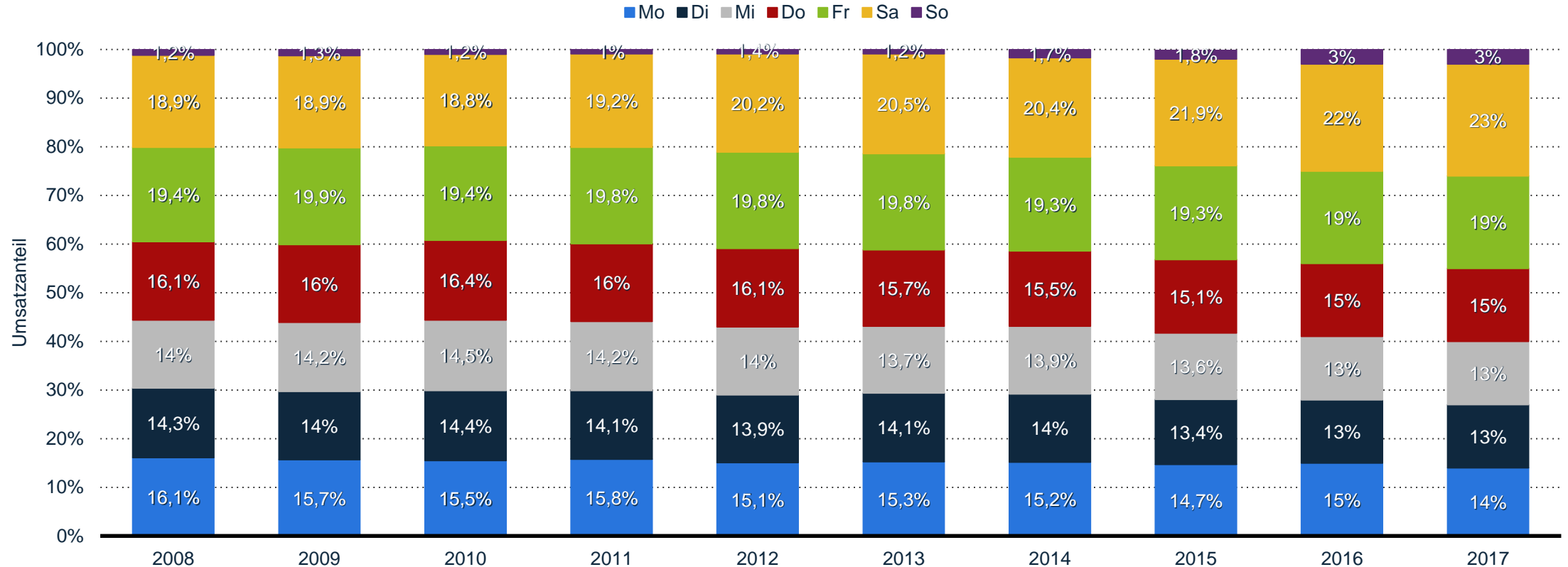
Ist Ihnen die regionale Herkunft bei folgenden Lebensmitteln sehr wichtig bzw. wichtig?



- Regionale Lebensmittel im Sortiment der Dorfläden als
- NumMus Num que Plibeaquo quibus
- Num que plibeaquo Quibus nest inusand
- Iscimossi NumMus Num que plibeaquo
- Quibus nest sumare NumMus
- Num que Plibeaquo quibus
- Num que plibeaquo Quibus nest inusand
- Iscimossi NumMus Num que plibeaquo
- Quibus nest sumare Quibus nest sumare

Quelle: Deutschland, wie isst es? – Der BMEL-Ernährungsreport 2023/ statista

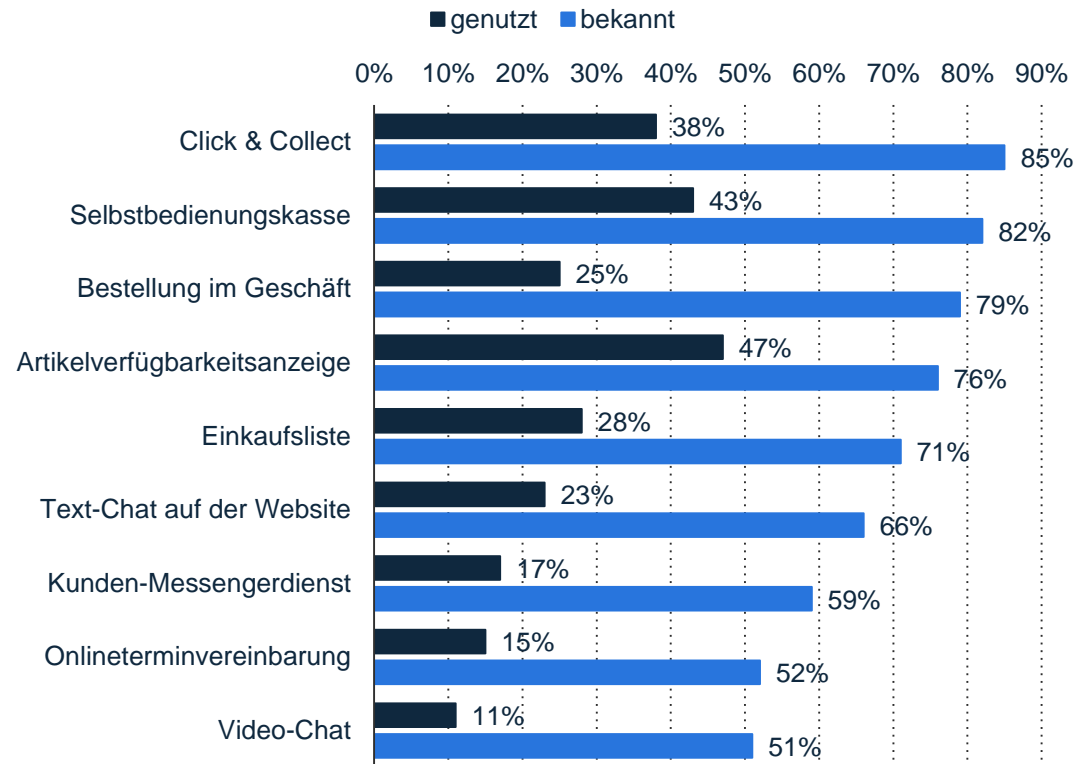
Umsatzverteilung im Einzelhandel nach Wochentagen



Quelle: HDE Zahlenspiegel 2019, S. 38/ statista

Digitalisierung als Chance zur Schaffung generationengerechter und barrierefreier Versorgungsinfrastrukturen

Bekanntheit und Nutzung von Omnichannel-Services 2020



- Smart Markt durch den Einsatz von Selbstbedienungskassen, Authentifikationssystemen und die Integration von RFID-Chips in Produktverpackungen
- Dorfläden können zumindest zeitweise personalfrei betrieben werden, wodurch sich die Öffnungszeiten ausdehnen und damit die Attraktivität erheblich steigern lässt

Quelle: Salesforce.com ECC Köln, Omnichannel 2020/ statista

3. Überblick über Machbarkeitsanalyse

- Evaluierung, inwieweit existierende (oder neu zu schaffende) Dorfläden durch geeignete technische Ausstattung in die Lage versetzt werden können, Öffnungszeiten um personalfreie Betriebszeiten zu erweitern, um Einkaufsmöglichkeiten außerhalb der Zeiträume anbieten zu können, in denen das Geschäft personell besetzt ist
- Fokus nicht auf Ersetzen des vorhandenen Personals, sondern um eine „echte“ Erweiterung der Öffnungszeiten sowie um die damit einhergehende Vergrößerung des Absatz- und Entwicklungspotentials von Dorfläden als wichtige Nahversorgungsstrukturen und bedeutende Zentren sozialer Kohäsion

Betrachtete Aspekte in der Machbarkeitsstudie:

- Juristische Fragestellungen (Rücknahme Pfandgut, Bindung an gesetzliche Öffnungszeiten, Verkauf von Alkoholika und Tabakwaren, Verbraucherschutzkonforme MHD-Kontrolle)
- Wirtschaftliche Fragestellungen
- Technische Fragestellungen (geeignete Systeme zur Diebstahlsicherung, Datenschutzkonformität der Systeme, Kombination von Verkaufautomaten, Umgang mit Technikakzeptanzhürden)

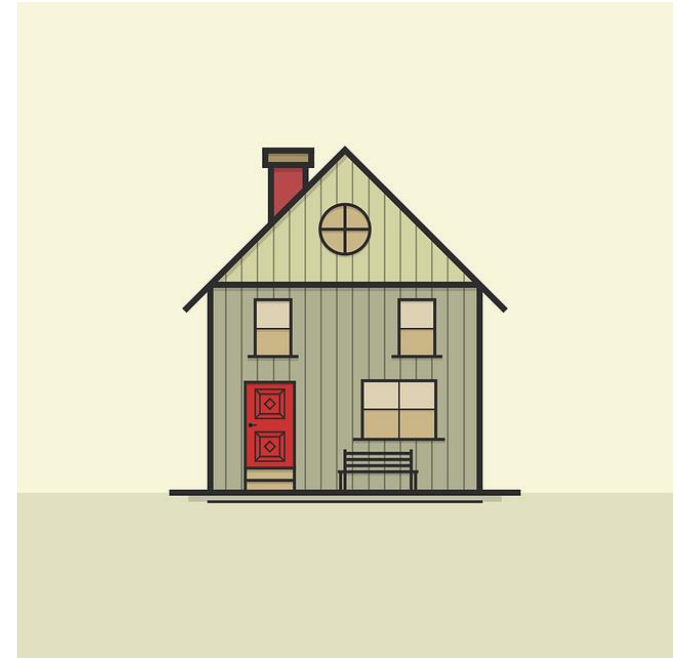
4. Wirtschaftliche Fragestellungen

- Geeignete Orte oder Immobilien
- Mindestwarenangebot
- Verkauf regionaler Waren über Automaten
- Prozessunterstützung durch Warenwirtschaftssysteme



Geeignete Orte oder Immobilien

- Analyse der lokalen Kaufkraft, Einzugsgebiet betrachten
 - Untergrenze von 500-700 Einwohner*innen
 - Mindestentfernung von 5km bis zum nächsten/ weiteren Geschäft
- Zentrale Ortslage optimal, gute Erreichbarkeit als auch Wirtschafts- und Parkfläche
- Bestandsimmobilie möglich
- Mindestens 100qm Verkaufsraum bei alleiniger Nutzung oder größer bei kombiniert Nutzung



Mindestwarenangebot

- Konzentration auf ausgewählte Waren und Beschränkung bezüglich der Sortimentstiefe
- Sortiment soll sich an den Bedürfnissen der Kunden ausrichten, aber auch den Warenbestand und die Warenumsschlagshäufigkeit der einzelnen Produkte berücksichtigen
- Vorrangig Warengruppen der sog. Schnelldreher, Rennerartikel oder auch Fast Moving Consumer Goods (FMCG)
 - Konsumgüter des täglichen Bedarfs wie Nahrungsmittel, Körperpflegeprodukte, Reinigungsmittel etc., die Konsumenten häufig und ohne langes Abwägen einkaufen
 - Niedrige Preise und einfache Substituierbarkeit
 - Warengruppen Trockensortiment, Frischwaren, Molkereiprodukte, Getränke, Wasch-/Putz und Kosmetik.



Wirtschaftlichkeit im Wesentlichen abhängig von Angebot und Preis

Warengruppe	Artikelgruppen	Geeignet für den personal-freien Betrieb
Trockensortiment	Grundnahrungsmittel, Konserven, Fertigprodukte, Würzmittel, Fette/ Öle, Süßwaren, Dauerbackwaren, Frühstücksartikel, Kaffee/ Tee, H-Produkte aus dem Molke-reibereich	Ja
Frischwaren	Obst und Gemüse, Eier, Fleisch- und Wurstwaren, Molkereiprodukte, Eier, Fisch, Brot und Backwaren	Ja, mit Einschränkungen
Getränke incl. Alkohol	Alkoholfreie Getränke, Alkoholische Getränke, Spirituosen	Ja, alkoholfreie Getränke
Wasch/ Putz/ Tier	Waschmittel, Putzmittel, Reinigungsmittel, Tiernahrung	Ja
Kosmetik	Kosmetik und Körperpflege, Hygiene- und Papierprodukte	Ja

ca. 15% der Ausgaben der Haushalte für Nahrungsmittel (2021)

Bedeutung regional produzierter Waren

Verkauf regionaler Produkte über Automaten

Regionalität:

- Nicht nur ein Trend, sondern ein fester Bestandteil von Kaufentscheidungen
 - Enges Verhältnis zur Nachhaltigkeit
 - bei älteren Menschen die Neigung zu regionalen Produkten beim Lebensmittelkauf stärker ausgeprägt ist als bei Jüngeren
 - Emotionalität bei Kaufentscheidungen (starke Identifikation mit Region, sympathisch)
- Authentizität bei Hofläden am größten

→ Typisch Harz als Regionalmarke
Über 650 Produkte von über 60 Produzenten
(Direktvermarkter, Hofläden, Bauernläden)



Verkaufsautomaten

- Geeignet für Kundinnen und Kunden außerhalb der Öffnungszeiten und ggf. auch außerhalb des eingeschränkten Nutzerkreises
- niederschwellig und in kleineren Umfang insbesondere kühlpflichtige Waren wie etwa regionale Molkereiprodukte oder Fleisch- und Wurstwaren
- Betrieb als Monotypen (z.B. nur Frischmilch) oder unterschiedliche Waren in einem Automaten
 - Monotyp, z.B. Milchautomat mehr als 25l verkaufte Milch/ Tag notwendig, um Investitions-, Betriebs- und Warenkosten zu decken und Gewinn zu erwirtschaften
 - Alternative Regiomat (Frische, Tiefkühl, Konserven), AK 14-30T Euro
- Kombination im Vorraum des Ladens, in beliebiger Anzahl kombinierbar (verschiedene Produktgruppen)
- Zahlung bargeldlos, um Risiko eines Einbruchs zu vermeiden



Regiomat der Fleischerei Münch in Bad Suderode

Prozessunterstützung durch Warenwirtschaftssysteme (WWS)

- Wesentliche Rolle bei der Steuerung des Warenflusses
- Unterstützung alle Prozesse von Einkauf über Lagerung bis zum Verkauf und umfassen dispositive, logistische und abrechnungsbezogene Aktivitäten
- 2 Arten von WWS: **offene** (Erfassung von Wareneingangs- oder –ausgangsdaten) und **geschlossene** (decken alle Phasen des Warenflusses ab)
- **Geschlossene WWS** bieten detaillierte Erfassung von Warenprozessen, inklusive Mengen- und wertmäßiger sowie artikelgenauer Aufzeichnung
- Eventuell zusätzlicher organisatorischer Aufwand, aber viele Informationen und Planungsmöglichkeiten:
 - kleine, zeitweise unbesetzte Läden können von WWS profitieren
 - ermöglichen umfassende Abbildung des gesamten Prozesses, Echtzeitüberwachung von Warenbeständen, Erfassung von Lieferscheinen, sowie vereinfachte Inventur und Disposition
 - Kontrolle von Mindesthaltbarkeitsdaten, Integration von Peripherie-Geräten, Generierung von Bestellvorschlägen bei kritischen Warenbeständen

5. Fazit zur Wirtschaftlichkeit

– Investitionskosten:

- erhebliche Investitionen in Technologie, Sicherheitssysteme und die Einrichtung der Infrastruktur (Fördermöglichkeiten)

– Technologische Zuverlässigkeit:

- Effektivität der Technologie entscheidende Rolle, Störungen oder technische Probleme könnten zu Betriebsunterbrechungen führen und Kundenzufriedenheit beeinträchtigen

– Regionaler Bedarf/ Angebot der Waren:

- Nachfrage der lokalen Gemeinschaft entscheidend

– Betriebskosten:

- Kosten für Arbeitskräfte reduzieren, jedoch weiterhin Kosten z. B. für Wartung, Strom, Sicherheit und Technologie-Updates

– **Akzeptanz in der Gemeinschaft:**

- Bereitschaft der Gemeinschaft, ein solches Konzept zu unterstützen
- personalfreie Öffnungszeiten werden Wirtschaftlichkeit eines Dorfladens mit hoher Wahrscheinlichkeit verbessern, prekäre wirtschaftliche Situation besteht weiterhin fort
- Gewinnsteigerung von bis zu 40% (je nach Kaufkraftbindung) bei personalfreien Öffnungszeiten, um individuellen Überlegungen eines Betreibers über die Fortführung oder die mögliche Schließung eines Dorfladens zu unterstützen

– **Regulatorische Aspekte:**

- Eventuelle regulatorische Hürden oder Gesetze, die den Betrieb personalfreier Geschäfte regeln, müssen berücksichtigt werden

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Die komplette Studie finden Sie hier:

DigiShop Harz Dorfladen 2.0

<http://dx.doi.org/10.25673/37465>

▲ Hochschule Harz

Hochschule für angewandte Wissenschaften

Kathleen Vogel

Sachgebietsleitung Drittmittelforschung

E-Mail kvogel@hs-harz.de

Friedrichstraße 57 – 59

38855 Wernigerode